

BESOINS POUR INNOVER / COMMUNIQUER / S'OUTILLER

Consultations

- Évolution du logiciel médical
- Via Doctolib
 - Baisse des rdv manqués
 - Utilisation facile pour téléconsultations
- Adaptation des horaires d'ouverture
- S'inscrire dans le parcours de transition
- Développer les téléconsultations pour consult PrEP
- Rendu de résultats négatifs
 - SMS ?
 - Téléconsultation ?
 - Téléphone ?
- Freins
 - Difficulté à aborder la sexualité en fonction des publics
 - Nombreuses consultations PrEP non honorées: il serait bien de savoir pourquoi.

Boîte à outils

- Quoi ?
 - Catalogue de fiches de formations
 - Mise à jour réglementaire
 - Annuaire des CeGIDD et des professionnels des CeGIDD
 - Ordonnances type
 - Fiche de consentement
 - Référence et calendrier des campagnes institutionnelles
 - Listes de sites de référence (SpF...) et sites ressources (IREPS...)
 - Catalogue d'outils pour les patients
 - Formation type MOOC (ex transidentité)
 - Matériel de base à commander pour le HLM (ex set démo pose préservatif)
 - Outils pédagogiques adaptés aux différents publics
 - Mise à disposition de protocole communs (appel SAMU, prise en charge malaise...)
 - Guide thérapeutique et de bonnes pratiques
- Canal ou support
 - Physique ou numérique
 - Qui l'anime ?

Partenariats

- Besoin de connaître les missions des partenaires
- Convention type

Visibilité

- Des locaux
 - signalétique à revoir, en particulier pour CeGIDD hospitalier
- Service communication
 - Importance d'avoir de bonne relation
 - Création de charte visuelle et de site internet/page dédié.e
 - S'approprier les techniques du marketing social
- Pour le public
 - Campagne sur les réseaux sociaux, utiliser des réseaux adaptés au public ciblé
 - Réseaux sociaux: sponsoriser la page CeGIDD en fonction du public (voir avec serv com)
 - Utiliser canaux de communication locaux (presse, TV) pour événementiel
 - Focus sur une action donnée (hors semaine dépistage et SIDACTION) viser une communication régionale
 - Acronyme peu compréhensible par le public, pourquoi pas un logo régional ou national
 - Manque de relais de campagne nationale (semaine dépistage/santé sexuelle) comme pour "le mois sans tabac"
- Auprès des partenaires
 - Se rapprocher d'associations visible (ex AIDES)
 - Besoin de connaître les missions des partenaires
- Freins
 - Mauvaise relation avec service com
 - Trop d'identification des missions du CeGIDD peut freiner à la consultation du public (stigmatisation)

Hors les murs

- Nouveaux publics cibles: gens du voyage et travailleurs.sex du sexe
- Bus mobile partagé pour l'aller-vers
- S'appuyer sur les médiateurs.trices en santé des asso de GDV et s'associer à d'autres missions de santé (diabéto, sage-femme etc)
- S'associer à d'autres structures intervenant dans la santé pour accéder à d'autres publics (saisonniers par ex)
- Freins
 - Horaire du laboratoire freinante quand action HLM
 - Si beaucoup d'actions HLM, difficultés à maintenir l'ouverture du site